

ОЛЬГА АЛЕКСЕЙЧУК,  
науковий керівник:  
асист., Кіндрась О. В.  
ЖДУ ім. Івана Франка

## **ЕМЕРДЖЕНТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАСЛІДОК РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ**

Основою будь-якої успішної організації є взаємодія між людьми, комунікативні процеси всередині групи, командна робота та корпоративна культура.

Термін «корпоративна культура» був вперше використаний у XIX сторіччі у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для відображення відносин у військовому середовищі. У другій половині XX сторіччя термін отримав розвиток у сфері культури організації. Поняття «корпоративна культура» відображає явища духовного і матеріального життя колективу, тобто домінуючі у ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, традиції та інше. Концепція цього явища не має єдиного трактування, на сьогодні вчені визначили функціональні, психологічні, історико-генетичні, описові, нормативні визначення корпоративної культури. В загальному понятті корпоративна культура визначається, як сукупність мислення, що визначає внутрішнє життя організації (В. В. Томілов).

І оскільки підприємства, організація мають життєвий цикл, те ж саме можна сказати і про корпоративну культуру. Її розвиток налічує три стадії:

- девіантний рівень (стадія народження): в цьому процесі носієм нової культури є незначна частина колективу, переважає культура влади;
- загальнокультурний рівень (стадія стабілізації): носієм культури є значна кількість колективу, переважає культура ролі, вплив поширюється як на матеріальні атрибути життя (одяг, особливості дозвілля), так і на її духовну частину (світогляд, цінності, переваги), саме на цьому рівні культура виборює право існувати не в якості її епізоду, а як фундаментальна основа організації;
- класичний рівень (стадія історизації): носієм культури є переважна частина колективу, переважає культура особистості або культура завдання, на цьому рівні корпоративна культура стає базисом подальшого розвитку організації, вона може вийти за межі організації і перетворитись у соціальне надбання, як це сталося з корпоративною культурою Уолл-Стрит [1].

Проте і далі корпоративна культура має здатність до трансформації, далі перехід здійснюється на рівень між корпоративної культури. Якщо організація залишиться на корпоративному рівні культури, то всі дії її співробітників будуть спрямовані на одержання прибутку і посилення позицій організації, у тому числі за рахунок патріотизму і вірності колективу та посилення командного духу. Але результатом стане те, що поступово організація припинить викликати інтересу партнерів, споживачів, оскільки підприємство не здатне враховувати несталі умови макросередовища. Отже, міжкорпоративна культура – це спосіб посилення позицій компанії на рівні галузі і ринку. Така культура сприяє реалізації переходу від конкуренції до партнерства. Корпоративна культура має перейти на рівень міжкорпоративної культури, для оперативного здійснювання взаємного узгодження норм, нормативів та цінностей між організаціями. Якщо цього не відбувається, ефективність роботи у спільному проєкті істотно знижується й може призвести до розриву вигідних партнерських зв'язків. Коли організація знаходиться на рівні міжкорпоративної культури, вона є більш відкритою і готовою до змін, збагачуються її ресурси. Результатом переходу від корпоративної до міжкорпоративної культури є одержання додаткових можливостей ведення бізнесу, активне й оперативне включення у різні проєкти. Збільшення прибутку досягається за рахунок розширення інформаційних ресурсів, розвитку персоналу, встановлення нових комунікацій тощо.

Також під час цих процесів може виникнути культура бізнесу. В такому разі, організація стає відкритою до соціального партнерства. Відбувається швидка інкорпорація суспільних цінностей у корпоративні елементи. І навпаки, необхідні цінності і потреби ефективно формуються в соціумі на будь-якому рівні, оскільки виявляються зразковими.

У будь-якому випадку, такі глобальні процеси розпочинаються з корпоративної культури, і їх якість залежить від внутрішніх явищ в колективі, які згодом покладають основу міжкорпоративної і культури бізнесу.

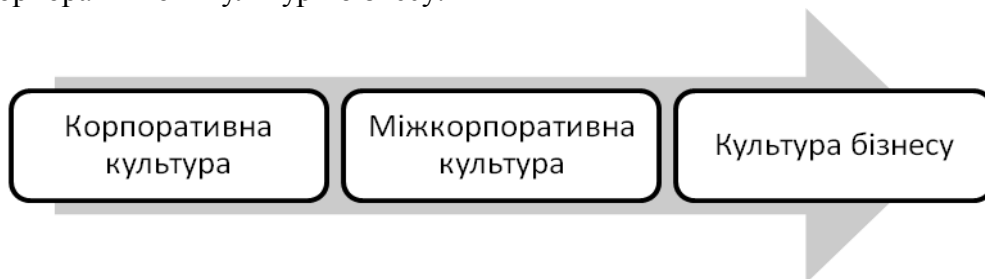


Рис.1. Етапи формування культури бізнесу

Саме тому питання корпоративної культури є настільки актуальним.

Важливими поняттями в корпоративній культурі є синергія та емерджентність. Їх тлумачення досить подібні, проте наявні вирішальні відмінності, які відокремлюють одне поняття від іншого.

Синергія – це сумарний ефект, при якому загальна дія системи переважає над дією окремих, розрізнених її елементів. Емерджентність – це результат виникнення між елементами системи зв'язків, які збільшують сукупний ефект. Тобто, емерджентність більше належить до явищ, а синергія — до процесів, що відбуваються в елементах організацій. Наприклад, кондитерський завод об'єднався з фірмою по виробництву цукру у формі об'єднання. В результаті істотно виріс обсяг закупівель цукру і обсяг продажів кондитерських виробів за рубежом— це емерджентність. Але прихід на завод людей, що добре знають становище світового ринку харчових товарів, підсилив оптимізм у колективі заводу, стимулював впровадження інновацій і, як наслідок, істотно підвищилася продуктивність праці наряді виробництв — це синергія [3].

Дослідники теорії систем В.М.Шарапов і О.В.Шарапова пишуть: "Система в цілому володіє такими якостями, яких немає в жодній із її частин, взятої окремо. При об'єднанні частин у ціле виникає дещо якісно нове, таке, чого не було і не могло бути без цього об'єднання. Ця нова властивість називається емерджентністю" [2].

Корпоративна культура покликана не тільки створити для колективу певні цінності, це також сильний інструмент для досягання цілей організації. Емерджентність може виникнути як і стихійно, так і штучно. Наприклад, емерджентністю ґрунту є родючість. У випадку, коли родючість низька, необхідно застосувати добрива. Такий підхід є оптимальним і для корпоративної культури. В структурі ідеальної організації необхідна наявність співробітників, які при вирішенні проблеми застосовують різнобічні підходи. Таким чином, наприклад, мозковий штурм у подібного колективу буде багатий ідеями і підходами, а корпоративна єдність буде сприяти розумінню один одного, але не лишати співробітників індивідуальності.

Отже, емерджентність – це вершина розвитку корпоративної культури, яка є надзвичайно необхідною кожному підприємству, яке прагне до досягнення своїх цілей. Для виникнення емерджентності необхідна чітка взаємодія всіх співробітників та високий рівень корпоративної культури, який виникає як спонтанно, так і за допомогою зусиль команди. Емерджентності можна досягнути при ретельному відборі кадрів, надання можливості співробітникам проявляти ентузіазм та ініціативу.

#### Список використаних джерел:

1. Веретенников В., Управління проектами. / В. Веретенников , А. М. Тарасенко, Г. І. Гевлич / — К.: ЦНЛ, 2006. — 280 с.
2. Дикань Н. В. Менеджмент: навч. посібник / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. — К. :Знання, 2008. — 389 с.
3. Ігнат'єва, І. А. Корпоративне управління : підруч. / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова. - К. : ЦУЛ, 2013. — 298-350 с.